

品牌的 色彩设计

COLOR DESIGN IN BRANDING



善本图书 编著



飞思数字创意出版中心 监制



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn



品牌的色彩设计

暖色调

善本图书
飞思数字创意出版中心

编著
监制

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌的色彩设计. 暖色调 / 善本图书编著. — 北京: 电子工业出版社, 2013.1
ISBN 978-7-121-19178-7

I. ①品… II. ①善… III. ①暖色—设计 IV. ①J063

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 293158 号

策 划: 善本图书有限公司

出 版 人: 林庚利

主 编: 林诗健 曾沁岚

组稿编辑: 马晓健

书籍设计: 张建秀

责任编辑: 候琦婧

特约编辑: 朱丽娟

印 刷: 北京盛通印刷股份有限公司

装 订: 北京盛通印刷股份有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 12.75 字数: 163.2 千字

印 次: 2013 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 59.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。

若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn

盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn

服务热线: (010) 88258888。

目录

第一章 色彩与品牌

第一节 色彩简述

15— 案例分析：an old one from the tour w/patstome

第二节 品牌的色彩与传播

17— 案例分析：餐厅

18— 案例分析：“360”建筑品牌

第三节 暖色的类别与感情

23— 案例分析：Aerlift

第四节 色彩的发展趋势

25— 案例分析：Packaging

26— 案例分析：罗西品牌设计

第二章 色彩品牌 - 红

第一节 红色系的界定

31— 案例分析：“厨房主义”设计室

32— 案例分析：“生活管家”品牌设计

35— 案例分析：TS-Red Branding

第二节 红色系的功能

第三节 红色系的应用

39— 案例分析：礼物

40— 案例分析：vinseum

45— 案例分析：Sant Ambroeus 餐厅

46— 案例分析：Bachy 冰淇淋店



- 50— 案例分析：男孩 Del 合作活动
- 52— 案例分析：Lewin 咨询合作设计
- 54— 案例分析：enGarde！传媒
- 57— 案例分析：Sunnyday Clothing Company
- 58— 案例分析：皇家歌剧院
- 60— 案例分析：吉尼香肠店的视觉设计
- 66— 案例分析：维克托德莫特尔设计
- 67— 案例分析：汤姆斯照明公司
- 68— 案例分析：Cars appear to
- 70— 案例分析：Friendly folders
- 72— 案例分析：KIKI Hotel
- 74— 案例分析：I'M XXX my card

第三章 色彩品牌 - 橙

第一节 橙色系的界定

- 79— 案例分析：索顿餐饮咖啡店的品牌设计

第二节 橙色系的功能

- 81— 案例分析：Znips 的品牌设计

第三节 橙色系的使用

- 83— 案例分析：Specialty 的品牌设计
- 84— 案例分析：Hive 品牌设计
- 86— 案例分析：Inno 兽医医院
- 87— 案例分析：席勒的酒吧
- 88— 案例分析：B 餐厅的品牌
- 89— 案例分析：Oloom visual identity
- 91— 案例分析：Combines/Art Design Gallery Identity



第四章 色彩 品牌 - 黄

第一节 黄色系的界定

94— 案例分析：HakaGroup 的品牌设计和邀请函

第二节 黄色系的功能

97— 案例分析：“阿漫飞梨”品牌

第三节 黄色系的使用

103— 案例分析：Gosloto 合作品牌设计

104— 案例分析：D&AD ICON SET

106— 案例分析：D&AD ICON SE

110— 案例分析：Wissotzky 茶坊

第五章 暖色系设计

暖色的选择与应用

115— 案例分析：菲利克斯酒店品牌

116— 案例分析：“甜蜜站”糖果店

122— 案例分析：2009 耐克全民竞跑

124— 案例分析：Everlasting adhesive calender

126— 案例分析：Ed 麦克洛克摄影工作室品牌

131— 案例分析：Emigre 电影工作室

132— 案例分析：Mooi Identity

135— 案例分析：Greta Gold - Fine Foods

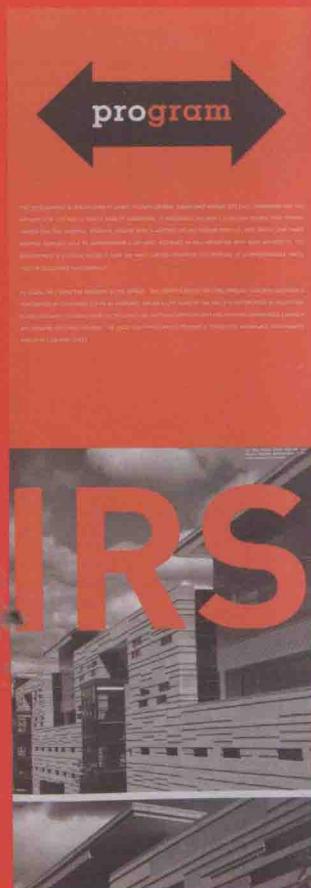
136— 案例分析：Artwork for Fl.ag issue 15

137— 案例分析：Things Can Be Easier

138— 案例分析：Hungrys

140— 案例分析：“庆典”品牌

144— 案例分析：GOLDEN HOME



- 146— 案例分析：Southbank Centre
- 148— 案例分析：A. SELECT
- 150— 案例分析：Launch Campaign
- 152— 案例分析：Joie
- 153— 案例分析：Tapio
- 154— 案例分析：2007 illustration editorial magazine
- 156— 案例分析：Cimatics 07 AV Festival
- 158— 案例分析：Get Up Printing Kit
- 164— 案例分析：Restaurant Freud
- 167— 案例分析：Equal Exchange
- 168— 案例分析：广告小册子
- 169— 案例分析：Dott
- 170— 案例分析：Mont Orchid Riverlet
- 172— 案例分析：Centro Dramático Nacional
- 179— 案例分析：Bankside
- 180— 案例分析：优尚生活
- 182— 案例分析：Art Design
- 184— 案例分析：Dog Poo Bags
- 186— 案例分析：Grafik
- 188— 案例分析：STYLE YOUTH CITY
- 191— 案例分析：Casarotto Ramsay & Associates
- 192— 案例分析：Evident Mixtape & Grasu XXL & DJ Swamp
- 193— 案例分析：切尔西品牌设计
- 194— 案例分析：费沙服饰
- 198— 案例分析：QUIZ BOOK



第六章 色彩资讯



品牌的色彩设计

暖色调

善本图书
飞思数字创意出版中心

编著
监制

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌的色彩设计. 暖色调 / 善本图书编著. — 北京: 电子工业出版社, 2013.1
ISBN 978-7-121-19178-7

I. ①品… II. ①善… III. ①暖色—设计 IV. ①J063

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 293158 号

策 划: 善本图书有限公司

出 版 人: 林庚利

主 编: 林诗健 曾沁岚

组稿编辑: 马晓健

书籍设计: 张建秀

责任编辑: 候琦婧

特约编辑: 朱丽娟

印 刷: 北京盛通印刷股份有限公司

装 订: 北京盛通印刷股份有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 12.75 字数: 163.2 千字

印 次: 2013 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 59.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。

若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn

盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn

服务热线: (010) 88258888。

内容简介

任何色彩都有积极和消极的色彩情感。暖色的正面心理意向是活力、喜悦、幸福、快乐，它给人一种视觉上的迫近感和扩张感，并容易引起人们的兴奋、激动以及紧张情绪。此外暖色也有警告危险和不安的含义。在餐饮、服饰、日用品、快消品等行业暖色常被运用，在工业安全、物流等行业中也会被运用到。《品牌的色彩设计——暖色》中的内容包括：分析暖色的类别、不同的色彩给人的心理感受及其他特性以及分析暖色在品牌设计中的运用方法。本书中的作品用色大胆、特征鲜明，展现了暖色在品牌设计中的积极作用，引领了色彩在品牌设计中的应用趋势。

色彩是通过我们的眼、脑和生活经验所产生的一种对光的视觉效应。自从牛顿通过三棱镜把白光发散成可见光谱到发展出色彩理论之后，人类对于色彩的认识逐渐深刻起来。

不同的色彩可以产生不同的心理作用。从个体来说这些感受每个人都不尽相同，但总体来说即使是来自不同文化的人往往也会有同样的感受。比如红色使人心情激动，蓝色使人安静。对于与色彩打交道的特定行业而言，恰当地运用色彩的心理作用非常重要。

品牌是人们对一个企业及其产品、售后服务以及文化价值的一种评价和认知，也是一种信任。企业在创立品牌时不断地创造时尚经典、宣传企业文化，随着企业的发展，不断地从低附加值转向高附加值升级，并向产品开发优势、产品质量优势、文化创新优势的高层次转变。当品牌被市场认可并接受后，品牌才会产生其本身应有的市场价值。一个没有经过任何设计的品牌，仅仅靠品牌特有的文化来打造是不够的，现代品牌的发展，需要对品牌自身外在的宣传包装，前提是品牌自身文化内涵丰富，如果再加上好的设计包装，就会使品牌产生巨大的积极影响力。

于是，色彩和品牌的结合应运而生。

人们在创立品牌时都在寻找一种色彩作为在消费者视觉中的映射。当宣传品牌独特内涵文化时，就会以该色彩为主要表现元素。可以说，色彩是品牌最直接的代言人，即便人们想不起该品牌的品牌特征或者行业特点，但只要色彩，人们也可以大概对该品牌的定位和特点有一个印象。色彩对于品牌而言就是一种语言，但品牌的一切设计和装饰，都要以品牌特点为基础。

《品牌的色彩设计》为系列丛书，其中包括《品牌的色彩设计—冷色》、《品牌的色彩设计—暖色》、《品牌的色彩设计—协调色》三本，本系列丛书主要讲述了如何区分色彩，色彩与品牌的关系，消费者对于品牌形象色彩的视觉心理感受，不同类型的色彩对品牌建设的重要性，色彩如何体现品牌的文化特征等。最后，以品牌设计师的角度，阐述在品牌建设中选择合适的色彩等有关品牌建设的重要观点。本系列丛书通过这些色彩与品牌的内容阐述，能够使读者掌握在品牌设计中应用色彩来表达品牌形象理念的巧妙方法。

编著者



the
SWEETSPOT
delivered to your door



KIKI



Allo **ალო** 33



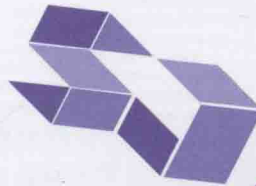
i'm xxx

SUPERMARCHITECTURE

Blix



EAST WIND
Fashion



:D



Blix
INTERACTIVE



JAPAN SPECIAL SEIZE



InSpira



SAUSAGE



2011



AEROPLANO



the **pollingshed** DESIGN & ADVERTISING



SM/LES FOR M/LES



smart points

APOTEK ♥



the **SWEET SPOT** delivered to your door



restaurant + cafe

Thornions



play™

Yellow Deli



the **SWEET SPOT**

目录

第一章 色彩与品牌

第一节 色彩简述

15— 案例分析：an old one from the tour w/patstome

第二节 品牌的色彩与传播

17— 案例分析：餐厅

18— 案例分析：“360”建筑品牌

第三节 暖色的类别与感情

23— 案例分析：Aerlift

第四节 色彩的发展趋势

25— 案例分析：Packaging

26— 案例分析：罗西品牌设计

第二章 色彩品牌 - 红

第一节 红色系的界定

31— 案例分析：“厨房主义”设计室

32— 案例分析：“生活管家”品牌设计

35— 案例分析：TS-Red Branding

第二节 红色系的功能

第三节 红色系的应用

39— 案例分析：礼物

40— 案例分析：vinseum

45— 案例分析：Sant Ambroeus 餐厅

46— 案例分析：Bachy 冰淇淋店



- 50— 案例分析：男孩 Del 合作活动
- 52— 案例分析：Lewin 咨询合作设计
- 54— 案例分析：enGarde！传媒
- 57— 案例分析：Sunnyday Clothing Company
- 58— 案例分析：皇家歌剧院
- 60— 案例分析：吉尼香肠店的视觉设计
- 66— 案例分析：维克托德莫特尔设计
- 67— 案例分析：汤姆斯照明公司
- 68— 案例分析：Cars appear to
- 70— 案例分析：Friendly folders
- 72— 案例分析：KIKI Hotel
- 74— 案例分析：I'M XXX my card

第三章 色彩品牌 - 橙

第一节 橙色系的界定

- 79— 案例分析：索顿餐饮咖啡店的品牌设计

第二节 橙色系的功能

- 81— 案例分析：Znips 的品牌设计

第三节 橙色系的使用

- 83— 案例分析：Specialty 的品牌设计
- 84— 案例分析：Hive 品牌设计
- 86— 案例分析：Inno 兽医医院
- 87— 案例分析：席勒的酒吧
- 88— 案例分析：B 餐厅的品牌
- 89— 案例分析：Oloom visual identity
- 91— 案例分析：Combines/Art Design Gallery Identity



第四章 色彩 品牌 - 黄

第一节 黄色系的界定

94— 案例分析：HakaGroup 的品牌设计和邀请函

第二节 黄色系的功能

97— 案例分析：“阿漫飞梨”品牌

第三节 黄色系的使用

103— 案例分析：Gosloto 合作品牌设计

104— 案例分析：D&AD ICON SET

106— 案例分析：D&AD ICON SE

110— 案例分析：Wissotzky 茶坊

第五章 暖色系设计

暖色的选择与应用

115— 案例分析：菲利克斯酒店品牌

116— 案例分析：“甜蜜站”糖果店

122— 案例分析：2009 耐克全民竞跑

124— 案例分析：Everlasting adhesive calender

126— 案例分析：Ed 麦克洛克摄影工作室品牌

131— 案例分析：Emigre 电影工作室

132— 案例分析：Mooi Identity

135— 案例分析：Greta Gold - Fine Foods

136— 案例分析：Artwork for Fl.ag issue 15

137— 案例分析：Things Can Be Easier

138— 案例分析：Hungrys

140— 案例分析：“庆典”品牌

144— 案例分析：GOLDEN HOME

